

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN SPBU SUMBERLAWANG
DI SRAGEN**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

AGUS SUHARTO

NIM: B.100 950 327

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya tujuan utama suatu perusahaan agar memperoleh keuntungan. Kemudian alasan mengapa konsumen memilih barang/jasa tertentu adalah untuk mencapai kepuasannya dalam membeli suatu produk. Saat manajer dapat menyediakan kepuasan yang dicari oleh konsumen maka keuntungan dengan sendirinya akan dapat diperoleh perusahaan tersebut lebih mudah.

Suatu bisnis diselenggarakan untuk memperoleh laba, faktor yang penting dalam bisnis adalah menciptakan sekaligus mempertahankan konsumen. Agar dapat mudah mencari dan mempertahankan konsumen, maka kita harus mengusahakan agar konsumen dapat terpuaskan. Konsumen sendiri mempunyai makna menurut Philip Kotler (1997: 36) yaitu:

“Kepuasan adalah perasaan senang/kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya.”

Untuk menghadapi persaingan bisnis di bidang jasa pelayanan yang semakin ketat, dibutuhkan strategi-strategi khusus yang bisa menarik konsumen atau pelanggan untuk mengisi bahan bakar di SPBU. Selain harga yang menjadi pertimbangan, ada pertimbangan lain yang lebih penting, yaitu keseriusan pelayanan. Pelanggan merasa kecewa apabila pelayanan yang

diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Pelayanan merupakan faktor penting bagi sebuah perusahaan jasa yang secara prinsip memerlukan manajemen yang profesional. Integrasi unsur-unsur akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan informasi, membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Dengan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa puas dan pada umumnya perusahaan SPBU lebih mengutamakan pelayanan karena dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Pelanggan merupakan sebuah asset utama bagi sebuah SPBU, untuk itu perusahaan jasa berusaha menjaga kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang sesuai dengan standar pemerintah bagi para konsumen. Dengan persaingan yang semakin ketat, SPBU dituntut lebih memfokuskan pada pelayanan.

Definisi pelayanan menurut Sofyan Assouri (2003: 26), sebagai berikut: “Pelayanan adalah seluruh kegiatan yang membuat pelanggan secara mudah mencapai atau memenuhi kepentingannya”.

Dari definisi tersebut memiliki konsekuensi bahwa dengan pelayanan yang baik dapat membuat konsumen atau pelanggan merasa puas dan dapat mencapai atau memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan. Jadi kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan atau kepentingannya. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 1997: 27), pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan

manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi yang baik dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Menurut Day (dalam Tjiptono, 2002), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Sementara itu Kotler (dalam Tjiptono), berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Ada kesamaan di antara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk.

Tujuan utama jasa pelayanan di bidang SPBU dalam memberikan pelayanan adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (complain) dari para pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul: Faktor-

faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan SPBU Sumberlawang di Sragen.

B. Perumusan Masalah

Permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel harga, produk, dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan SPBU Sumberlawang di Sragen?
2. Variabel independen (harga, produk, pelayanan) yang lebih berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan SPBU Sumberlawang di Sragen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, produk, dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sumberlawang di Sragen
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, produk, dan pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sumberlawang di Sragen
3. Untuk mengetahui variabel yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sumberlawang di Sragen.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai berkaitan dengan penelitian ini adalah:

1. Pimpinan pertamina

Dapat dijadikan dasar bagi pimpinan perusahaan dalam memantau kepuasan pelanggan.

2. Masyarakat

Keinginan serta harapan pelanggan terhadap pelayanan pertamina bisa diketahui oleh pimpinan perusahaan.

3. Peneliti lain

Sebagai informasi tambahan dan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan ini terbagi menjadi 5 bab, yang masing-masing adalah:

BAB I Pendahuluan

Membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini diuraikan tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dimensi kualitas pelayanan, tinjauan penelitian sebelumnya.

BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kerangka pemikiran, hipotesis, populasi, sampel, dan metode pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, variabel- variabel penelitian dan pengukurannya, dan metode analisis data.

BAB IV Analisa Data

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum subyek penelitian, hasil analisis data, dan pembahasannya.

BAB V Penutup

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan, dan saran.

